

2017-2022年中国银行理财 市场竞争态势及投资发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国银行理财市场竞争态势及投资发展趋势预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/998477EGD3.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

上半年银行理财日均余额为25.14万亿元，截至上半年末，账面余额为26.28万亿元，较年初增长11.85%。

从产品端的收益率来看，封闭式理财产品的平均收益率下降了约50BP。银行已经“最大努力”控制了一般个人类理财的收益下行，其中面向一般个人的开放式非净值型产品，上半年加权年化收益与2015年全年加权平均持平。

截至2016年6月底，全国共有454家银行业金融机构有存续的理财产品，存续的理财产品总数为68,961只；理财资金账面余额26.28万亿元，较2016年年初增加2.78万亿元，增幅为11.83%。环比看，除3月份理财余额小幅下降外，其余月份理财余额均正向增长。2016年上半年，理财资金日均余额25.14万亿元

中国银行业理财市场存续情况

截至2016年6月底，开放式理财产品存续5,084只，资金余额11.26万亿元，资金余额占全市场比例为42.85%，较2016年年初，占比下降了1.06个百分点，规模增长0.94万亿元，增幅为9.11%。在全部开放式理财产品中，非净值型理财产品资金余额9.67万亿元，较2016年年初增长0.72万亿元；净值型理财产品资金余额1.59万亿元，较2016年年初增长0.22万亿元。封闭式理财产品的余额为15.02万亿元，较2016年年初增长1.84万亿元

不同运作模式理财产品资金余额情况

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国银行理财市场竞争态势及投资发展趋势预测报告》共九章。首先介绍了银行理财行业市场发展环境、银行理财整体运行态势等，接着分析了银行理财行业市场运行的现状，然后介绍了银行理财市场竞争格局。随后，报告对银行理财做了重点企业经营状况分析，最后分析了银行理财行业发展趋势与投资预测。您若想对银行理财产业有个系统的了解或者想投资银行理财行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国银行理财产品行业发展环境

1.1 银行理财产品行业定义及内涵

1.1.1 银行理财产品定义

1.1.2 银行理财产品分类

1.1.3 银行理财产品运作原理

1.1.4 银行理财产品收益来源

1.1.5 银行理财产品与各类理财产品的比较

1.2 银行理财产品行业监管政策

1.2.1 行业监管机制

1.2.2 行业新政解读

(1) 《关于规范商业银行理财业务投资运作有关问题的通知》

(2) 《关于银行业金融机构代销业务风险排查的通知》

(3) 《关于加强银行理财产品销售自律工作的十条约定》

(4) 《商业银行理财产品销售管理办法》

1.3 银行理财产品行业经济环境

1.3.1 国内经济增长分析

1.3.2 居民消费价格指数

1.3.3 国内货币供应量分析

1.3.4 人民币存贷款利率

1.3.5 人民币存贷款余额

1.3.6 宏观经济环境小结

1.4 银行理财产品行业市场环境

1.4.1 利率市场

1.4.2 汇率市场

1.4.3 商品市场

1.4.4 股票市场

第2章：中国银行理财产品行业发展现状及展望

2.1 银行理财产品发行规模及增长因素

2.1.1 银行理财产品发行规模及特点

银行理财产品规模及收益率变动

2.1.2 银行理财产品增长驱动因素

- (1) 供给方因素
- (2) 需求方因素
- (3) 市场结构性因素

2.2 银行理财产品发行结构

2.2.1 本外币发行结构

2.2.2 发行期限结构

2.2.3 发行主体结构

银行理财标的资产占比

2.3 银行理财产品收益情况

2.3.1 人民币理财产品收益情况

2.3.2 外币理财产品收益情况

2.3.3 结构性理财产品收益情况

2.4 银行理财产品影响分析

2.4.1 理财产品对银行流动性的影响

2.4.2 理财产品对银行业绩的影响

2.5 银行理财产品市场展望

2.5.1 发行规模增速放缓

2.5.2 收益率回升空间有限

2.5.3 竞争加剧及渠道多元化

第3章：中国银行理财产品行业运营模式分析

3.1 银行理财产品运营模式分析

3.1.1 资产池模式

- (1) 资产池模式简介
- (2) 资产池类产品规模
- (3) 资产池模式存在缺陷
- (4) 资产池模式存在风险
- (5) 资产池模式监管动向
- (6) 资产池模式转型思路

3.1.2 对一模式

- (1) 一对一模式简介

(2) 一对一模式规模

(3) 一对一模式优势

3.2 银行与其他机构合作运营模式分析

3.2.1 银信合作运营模式

(1) 银信合作的产生背景

(2) 银信合作的操作模式

(3) 银信合作的产品规模

(4) 银信合作的潜在风险

(5) 银信合作的政策监管

(6) 银信合作的发展趋势

(7) 银信合作的模式创新

3.2.2 银基合作运营模式

(1) 银基合作的产生背景

(2) 银基合作的操作模式

(3) 银基合作的产品规模

(4) 银基合作的潜在风险

(5) 银基合作的政策监管

(6) 银基合作的模式创新

3.2.3 银保合作运营模式

(1) 银保合作的产生背景

(2) 银保合作模式的变迁

(3) 银保合作的产品规模

(4) 银保合作的潜在风险

(5) 银保合作的政策监管

(6) 银保合作的模式创新

3.2.4 银证合作运营模式

(1) 银证合作的产生背景

(2) 银证合作的操作模式

(3) 银证合作的产品规模

(4) 银证合作的潜在风险

(5) 银证合作的政策监管

(6) 银证合作的模式创新

第4章：中国银行理财产品行业产品市场现状及前景分析

4.1 债券类理财产品发行现状及前景

4.1.1 债券类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) 债券类产品运作模式

4.1.2 债券类理财产品发行情况及风险

- (1) 债券类理财产品发行规模
- (2) 债券类理财产品发行主体
- (3) 债券类理财产品期限分布
- (4) 债券类理财产品市场地位
- (5) 债券类理财产品收益情况
- (6) 债券类理财产品投资风险

4.1.3 债券类理财产品市场趋势及前景

- (1) 债券发行规模预测
- (2) 债券类理财产品市场趋势
- (3) 债券类理财产品市场前景

4.2 信托类理财产品发行现状及前景

4.2.1 信托类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) 信托类产品运作模式

4.2.2 信托类理财产品发行情况及风险

- (1) 信托类理财产品发行规模
- (2) 信托类理财产品发行主体
- (3) 信托类理财产品期限分布
- (4) 信托类理财产品市场地位
- (5) 信托类理财产品收益情况
- (6) 信托类理财产品投资风险

4.2.3 信托类理财产品市场趋势及前景

- (1) 信托资产规模预测

(2) 信托类理财产品市场趋势

(3) 信托类理财产品市场前景

4.3 结构性理财产品发行现状及前景

4.3.1 结构性理财产品介绍

(1) 产品特点及适合人群

(2) 重点法规及监管情况

(3) 结构性产品运作模式

4.3.2 结构性理财产品发行情况及风险

(1) 结构性理财产品发行规模

(2) 结构性理财产品发行主体

(3) 结构性理财产品期限分布

(4) 结构性理财产品市场地位

(5) 结构性理财产品收益情况

(6) 结构性理财产品投资风险

4.3.3 结构性理财产品市场趋势及前景

(1) 结构性理财产品市场趋势

(2) 结构性理财产品市场前景

4.4 QDII理财产品发行现状及前景

4.4.1 QDII理财产品介绍

(1) 产品特点及适合人群

(2) 重点法规及监管情况

(3) QDII产品运作模式

4.4.2 QDII理财产品发行情况及风险

(1) QDII理财产品发行规模

(2) QDII理财产品发行主体

(3) QDII理财产品期限分布

(4) QDII理财产品市场地位

(5) QDII理财产品收益情况

(6) QDII理财产品投资风险

4.4.3 QDII理财产品市场趋势及前景

(1) QDII理财产品市场趋势

(2) QDII理财产品市场前景

4.5 新股申购类理财产品发行现状及前景

4.5.1 新股申购类理财产品介绍

- (1) 产品特点及适合人群
- (2) 重点法规及监管情况
- (3) 新股申购类产品运作模式

4.5.2 新股申购类理财产品发行情况及风险

- (1) 新股申购类理财产品发行情况
- (2) 新股申购类理财产品投资风险

4.5.3 新股申购类理财产品市场趋势及前景

- (1) 新股申购类理财产品市场趋势
- (2) 新股申购类理财产品市场前景

第5章：中国银行理财产品行业销售渠道及营销策略分析

5.1 银行理财产品行业销售渠道分析

5.1.1 银行网点

- (1) 银行网点的优劣势
- (2) 银行网点交易规模
- (3) 银行网点理财业务趋势

5.1.2 网上银行

- (1) 网上银行的优劣势
- (2) 网上银行交易规模
- (3) 网上银行理财业务趋势

5.1.3 手机银行

- (1) 手机银行的优劣势
- (2) 手机银行交易规模
- (3) 手机银行理财业务趋势

5.2 银行理财产品行业营销策略分析

5.2.1 银行理财产品营销现状

5.2.2 银行理财产品营销模式

5.2.3 银行理财产品营销存在问题

5.2.4 银行理财产品营销策略建议

第6章：中国银行理财产品行业发行主体特征及竞争分析

6.1 银行理财产品发行主体特征分析

6.1.1 国有商业银行理财产品发行特征

- (1) 投资币种分布特点
- (2) 期限跨度分布特点
- (3) 资产标的分布特点
- (4) 银行个体分布特点

6.1.2 城市商业银行理财产品发行特征

- (1) 投资币种分布特点
- (2) 期限跨度分布特点
- (3) 资产标的分布特点
- (4) 银行个体分布特点

6.1.3 股份制商业银行理财产品发行特征

- (1) 投资币种分布特点
- (2) 期限跨度分布特点
- (3) 资产标的分布特点
- (4) 银行个体分布特点

6.1.4 外资银行理财产品发行特征

- (1) 投资币种分布特点
- (2) 期限跨度分布特点
- (3) 资产标的分布特点
- (4) 银行个体分布特点

6.2 银行理财产品发行主体排名分析

6.2.1 按理财产品发行量排名

6.2.2 分期限预期收益率排名

- (1) 1个月期收益率排名
- (2) 3个月期收益率排名
- (3) 6个月期收益率排名
- (4) 12个月期收益率排名

6.3 银行理财产品发行主体竞争分析

6.3.1 国有商业银行竞争实力

6.3.2 城市商业银行竞争实力

6.3.3 股份制商业银行竞争实力

6.3.4 外资银行竞争实力

第7章：中国银行理财产品行业发行主体个案分析

7.1 股份制商业银行个案分析

7.1.1 招商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.2 交通银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.3 深圳发展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.4 中信银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模

- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.5 中国光大银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.6 华夏银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.7 广东发展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.8 福建兴业银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模

- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.9 上海浦东发展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.1.10 中国民生银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2 城市商业银行个案分析

7.2.1 平安银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.2 中国邮政储蓄银行理财产品分析

- (1) 银行简介

- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.3 徽商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.4 北京银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.5 包商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.6 青岛银行理财产品分析

- (1) 银行简介

- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.7 南京银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.8 宁波银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.9 厦门银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.2.10 上海银行理财产品分析

- (1) 银行简介

- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入分析
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.3 国有商业银行个案分析

7.3.1 中国工商银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.3.2 中国农业银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.3.3 中国银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.3.4 中国建设银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行网点规模
- (3) 银行存款规模
- (4) 银行理财产品现状
- (5) 银行理财收入现状
- (6) 银行理财市场地位
- (7) 银行发展战略规划

7.4 外资银行个案分析

7.4.1 渣打银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.2 荷兰银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.3 汇丰银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.4 南洋商业银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.5 大华银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

7.4.6 星展银行理财产品分析

- (1) 银行简介
- (2) 银行在华网点布局
- (3) 银行在华理财产品现状
- (4) 银行理财收入分析
- (5) 银行在华发展战略

第8章：中国重点区域银行理财产品行业投资潜力分析

8.1 北京银行理财产品市场投资潜力

- 8.1.1 北京金融环境简述
- 8.1.2 北京金融竞争力评价
- 8.1.3 北京银行存款余额规模
- 8.1.4 北京居民投资消费意愿
- 8.1.5 北京理财产品业务投资风险
- 8.1.6 北京理财产品业务投资前景

8.2 上海银行理财产品市场投资潜力

- 8.2.1 上海金融环境简述
- 8.2.2 上海金融竞争力评价
- 8.2.3 上海银行存款余额规模
- 8.2.4 上海居民投资消费意愿
- 8.2.5 上海理财产品业务投资风险
- 8.2.6 上海理财产品业务投资前景

8.3 广东银行理财产品市场投资潜力

- 8.3.1 广东金融环境简述
- 8.3.2 广东金融竞争力评价
- 8.3.3 广东银行存款余额规模

- 8.3.4 广东居民投资消费意愿
- 8.3.5 广东银行理财产品发行情况
 - (1) 广东银行理财产品发行规模
 - (2) 广东银行理财产品收益类型
 - (3) 广东银行理财产品期限结构
- 8.3.6 广东理财产品业务投资风险
- 8.3.7 广东理财产品业务投资前景
- 8.4 江苏银行理财产品市场投资潜力
 - 8.4.1 江苏金融环境简述
 - 8.4.2 江苏金融竞争力评价
 - 8.4.3 江苏银行存款余额规模
 - 8.4.4 江苏居民投资消费意愿
 - 8.4.5 江苏理财产品业务投资风险
 - 8.4.6 江苏理财产品业务投资前景
- 8.5 浙江银行理财产品市场投资潜力
 - 8.5.1 浙江金融环境简述
 - 8.5.2 浙江金融竞争力评价
 - 8.5.3 浙江银行存款余额规模
 - 8.5.4 浙江居民投资消费意愿
 - 8.5.5 浙江理财产品业务投资风险
 - 8.5.6 浙江理财产品业务投资前景
- 8.6 山东银行理财产品市场投资潜力
 - 8.6.1 山东金融环境简述
 - 8.6.2 山东金融竞争力评价
 - 8.6.3 山东银行存款余额规模
 - 8.6.4 山东居民投资消费意愿
 - 8.6.5 山东理财产品业务投资风险
 - 8.6.6 山东理财产品业务投资前景
- 8.7 福建银行理财产品市场投资潜力
 - 8.7.1 福建金融环境简述
 - 8.7.2 福建金融竞争力评价
 - 8.7.3 福建银行存款余额规模

- 8.7.4 福建居民投资消费意愿
- 8.7.5 福建理财产品业务投资风险
- 8.7.6 福建理财产品业务投资前景
- 8.8 湖南银行理财产品市场投资潜力
 - 8.8.1 湖南金融环境简述
 - 8.8.2 湖南金融竞争力评价
 - 8.8.3 湖南银行存款余额规模
 - 8.8.4 湖南居民投资消费意愿
 - 8.8.5 湖南理财产品业务投资风险
 - 8.8.6 湖南理财产品业务投资前景

第9章：中国银行理财产品行业调查与设计分析（ZY GXH）

- 9.1 银行理财产品行业市场调查分析
 - 9.1.1 居民投资理财产品意愿调查
 - 9.1.2 居民获取理财产品信息渠道调查
 - 9.1.3 居民理财产品关注要素调查
 - 9.1.4 居民理财产品类型偏好调查
 - （1）类型偏好调查
 - （2）不同年龄段购买意愿调查
 - （3）不同年龄段渗透率调查
 - 9.1.5 银行理财产品信息披露调查
 - 9.1.6 银行理财产品风险提示调查
 - 9.1.7 银行理财产品收益水平调查
- 9.2 银行理财产品行业设计创新分析
 - 9.2.1 银行理财产品的设计创新
 - 9.2.2 银行理财产品的定价方法
 - （1）银行理财产品各构成部分的定价方法
 - （2）银行理财产品总价值的确定
 - （3）银行理财产品定价注意问题
- 9.3 银行理财产品行业风险管理
 - 9.3.1 银行理财产品的风险识别
 - 9.3.2 银行理财产品对银行风险的影响

9.3.3 银行理财产品的风险测度（ZY GXH）

图表目录：

图表1：银行理财资产池和资金池的匹配

图表2：银行理财产品资产池的动态平衡

图表3：各类理财产品的比较

图表4：2005年以来中国GDP及增长分析

图表5：2005年以来居民消费价格指数走势

图表6：2005年以来中国货币供应量分析

图表7：2005年以来人民币存贷款利率调整

图表8：2005年以来人民币存贷款余额规模

图表9：2005年以来中国利率走势

图表10：2005年以来中国汇率走势

图表11：2008年以来银行理财产品发行规模

图表12：各月银行理财产品发行规模

图表13：各月外币银行理财产品发行规模

图表14：VS2013年银行理财产品期限分布

图表15：人民币理财产品收益率走势

图表16：2011年以来人民币理财产品收益率曲线对比

图表17：人民币普通理财产品收益率排名

图表18：2010年以来外币理财产品收益率曲线对比

图表19：资产池模式示意图

图表20：一对一模式示意图

图表21：2005年以来债券类理财产品发行规模

图表22：2005年以来债券发行规模及增长情况

图表23：2005年以来信托类理财产品发行规模

图表24：信贷类理财产品运作模式

图表25：2005年以来信托资产规模及增长情况

图表26：2005年以来结构性理财产品发行规模

图表27：2005年以来QDII理财产品发行规模

图表28：国有控股类产品投资币种分布

图表29：国有控股类产品期限跨度分布

图表30：国有控股类产品资产标的分布

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinxing/998477EGD3.html>